

# Berichte und Mitteilungen.

## AUS DEN FELDPOSTBRIEFEN AN DEN HERAUSGEBER DES „PLAKATS“

### I.

... Nun möchte ich noch Ihre Aufmerksamkeit auf eine Erscheinung im Reklamewesen lenken, die mir nicht vereinzelt zu sein scheint. In einer Berliner Zeitung sehe ich die bildmässige Ankündigung von Offizierspelzmänteln einer Herrenkonfektionsfirma: im Vordergrund einen jungen Leutnant, der mit einem gutsitzenden „auf Taille gearbeiteten“ Pelzmantel bekleidet ist. In dem geistvollen Gesichte ist ein Einglas eingeklemmt. Im Hintergrunde gehen zwei Soldaten vorüber, die dem Leutnant Ehrenbezeugung durch Handaufnahme erweisen. Der Offizier ist der „verfluchte Kerl“ alter Witzblätter, wie er im „Simplizissimus“ und in den „Fliegenden Blättern“ dargestellt wurde; ein unreifer, oberflächlicher Mensch mit masslos gesteigertem Selbstgefühl. In der Zeichnung fehlte zur Vollständigkeit nur noch der übermässig hohe Stehkragen und das Kettenarmband. Die beiden Gemeinen sind der Rüstkammer von Lustspielen früherer Zeiten entnommen: ungeschlachte Kerle mit riesigen Händen, denen Dummheit und Blödigkeit auf dem Gesicht geschrieben steht, angstvoll bemüht, dem Herrn Leutnant eine stramme Ehrenbezeugung zu erweisen. Man fühlt ordentlich ihre Furcht, mit Kasernenhofschimpfreden belegt zu werden, wenn die Hand nicht vorschriftsmässig angelegt oder der Kopf nicht schnell genug und nicht im richtigen Winkel beigedreht sein sollte. Mit dem Inhalt der Anpreisung der Pelze haben die Beiden nichts zu tun; sie dienen nur dazu, die „Schneidigkeit“ und die durch die Bekleidung mit „chiken“ Pelzen besonders gehobene Unwiderstehlichkeit des Leutnants in helleres Licht zu setzen.

Diese Art der Reklame ist unzeitgemäss und gedankenlos. Die beschriebenen Leutnants- und Mannschaftserscheinungen waren niemals ein Abbild der Wirklichkeit. Die Verwendung, namentlich der beschriebenen Leutnantsfigur, als einer Type – in verständigen Witzblättern und Lustspielen zur Bekämpfung bestehender Auswüchse, in Plakaten aus Gedankenlosigkeit oder zur Erregung der Lachlust – sollte der Vergangenheit angehören, da in der jetzigen Zeit Sinn und Unterlage hierfür fehlen. Im Bewusstsein, jedenfalls der Menschen, die sehen und hören können, wurzelt eine andere Vorstellung von Leutnant und Mann und von ihrem Verhältnis zueinander. Das Fatzkentum, das immer nur bei Wenigen zu finden war und bei einem Teil dieser Wenigen noch dazu ganz äusserlich war und die inneren Qualitäten unberührt liess, hat abgewirtschaftet. Das Wort „schneidig“, früher missbraucht für einen „fesch“ Angezogenen mit grossem Mundwerk, hat erst im Kriege wieder seinen wahren Sinn bekommen als Bezeichnung für denjenigen, der sich ohne Furcht persönlicher Gefahr aussetzt. Und der Gemeine unserer Tage, in denen fast sämtliche wehrfähigen Männer unter den Waffen stehen, ist nicht ein dummer Muschkote, sondern ein pflichtbewusster und selbstbewusster Mann, der sich in seiner geistigen und seelischen Struktur, in seinem Bestreben, dem grossen Ganzen zu dienen, nicht vom Offizier unterscheidet; und das Verhältnis vom Offizier

zum Manne ist nicht begründet im Unterschiede von Bildung, Gesittung und Intelligenz, nicht in höherer gesellschaftlicher Wertung der Achselstücke, nicht in Furcht und Angst, sondern in der Achtung vor dem Vorgesetzten, der der Führer ist und die grössere Verantwortung trägt.

Ich bin nicht Reklamefachmann, aber ich meine, dass sich eine wirksame bildmässige Ankündigung von Offiziersmänteln auch auf andere Weise erreichen liesse als durch Zuhilfenahme so fragwürdiger und unmoderner Gestalten, wie des oben beschriebenen Leutnants und Mannes. Wie wäre es mit einem Bilde, auf dem ein biederer Infanterist oder Kanonier dem im Schützengraben oder auf der Beobachtungsstelle befindlichen Offizier den Pelzmantel bringt und ihm hinein hilft. Allerdings würde dann der „chike“ Pelz nicht elegant am Körper sitzen, und das Einglas müsste wegfallen, weil es im Missverhältnis zu dieser Situation stünde.

Sie werden vielleicht der Ansicht sein, – und zweifellos würde es der Zeichner des Reklamebildes und die ankündigende Firma auch sein – dass ich zu viel in das Bild hineingeheimnist habe, dass weder ein Fatzke, noch blöde Muschkoten dargestellt werden sollten, die von Furcht erfüllt sind, dass vielmehr nur ein junger Offizier von Eleganz (die ja kein Verbrechen ist) gezeichnet werden sollte und die beiden Leute eine belanglose Staffage sind. Die Beteiligten sind sich sogar sicherlich nicht bewusst gewesen, dass die Zeichnung so wirke, wie ich darstellte. Sie wirkt aber tatsächlich so, im ganzen Umriss und der Haltung und erweckt unwillkürlich – wie bei mir, sicherlich auch bei anderen – den Kreis der Vorstellungen, die ich beschrieb. –

Dr. S., Oberlt. d. R.

### II.

15. X. 1916

... Warum ich Ihnen heute schreiben muss? Weil ich mich heute zum ersten Male hier reklametechnisch betätigt habe, und zwar mit Erfolg! Einer unserer Unteroffiziere hatte einen Zigarettenhandel eröffnet und dazu einen Kistendeckel mit der Aufschrift: „Hier Zigaretten“ an den Eingang unseres Unterstandes genagelt. Der Erfolg: am ersten Tage kam keiner, am zweiten Tage auch nur wenige. Darauf hielt ich ihm folgende Rede: „Wie können sie bloss den Deckel in diese dunkle Ecke hängen! Da sieht doch kein Mensch hin, der hier vorbeigeht. Das Schild muss doch in die Augen fallen. Hängen Sie es mal hier vorne an, etwas schräg, dass es auch Licht bekommt.“ Das leuchtete ihm ein, und heute, nach 1 $\frac{1}{2}$  Tagen, hat er von seinen 500 Zigaretten nicht einmal mehr welche zu seinem eigenen Gebrauch übrig! Morgen werde ich wieder verhandeln, ob er mich nicht als reklametechnischen Beirat weiter engagieren will! Hier also trägt das Studium der Plakathefte seine ersten Früchte. – –

Uffz. H., Fernsprechabteilung,

6 m unter der Champagnekreide, 400 m vom Franzmann.

### III. Im Felde, 10. VI. 1916

... Bei dieser Gelegenheit kann ich nicht umhin, Ihnen zu sagen, dass mich die diesjährigen Hefte des „Plakats“ in ihrer ganz ausserordentlich schönen, interessanten Ausstattung